Convergencia
Revista de Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
convergencia@coatepec.uaemex.mx
ISSN 1405-1435
MÉXICO

2000
Ricardo M. Haye

Sobre Radio y Estética. Una Mirada desde la Filosofía del Arte

Convergencia, septiembre-diciembre, año 7 número 23
Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
Toluca, México
pp.97-115

Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe
Ciencias Sociales y Humanidades
http://redalyc.uaemex.mx

Sobre Radio y Estética. Una Mirada desde la Filosofía del Arte

Ricardo M. Haye

Universidad Nacional de Comahue, Argentina

Resumen: La ra dio es capaz de producir obras de arte, artefactos incorpóreos y fugaces que resultan del ensamble armonioso de sus componentes discursivos. El arte se manifiesta cuando los textos sonoros amalgaman materiales amasados con la especificidad de lo estético y cuando se obtienen mensajes expresivos a partir de atributos como la multisensorialidad, sinestesia, registro de los re lieves, principio de visibilidad, criterio cinemático y verosimilitud. Entonces, también la ra dio despliega la actividad cen tral del arte que consiste en expresar emociones.

Palabras clave: Radio, arte, estética, expresividad, multisensorialidad, relieves, sinestesia, cinemático.

Ab stract: *The ra dio is ca pa ble of pro duc ing works of art, fleet ing bodi less ar ti facts which result from the har mo ni ous as sem bly of its dis course com po nents. Art re veals it self when the sound texts blend materials conceived through aesthetic specificity, and when expressive messages are achieved from attributes such as multisensoriness, synesthesia, recording acous tic re lief, the vis i bil ity prin ci ple, the cin e matic cri te rion and veri sim il i tude. In this way, the ra dio also de ploys arts cen tral con cern: the ex pres sion of emo tions.*

Key words: *Ra dio, art, aes thet ics, ex pres sive ness, multisensoriness, sinesthesia, cin e matic.*

Introducción

Cuando el siglo XIX se extinguía, entraban en vigo roso proceso de desarrollo las tecnologías que conducirían a crear la radiodifusión. Desde entonces, la radio ha visto cómo las energías productivas y analíticas aplicadas en el campo tecnológico han sido superiores a las invertidas en su dimensión artística. Al ejemplificarse toscamente, podría decirse que aportes valiosos como los de Brecht o Arnheim fueron más espaciados que los de Hertz, Marconi, Far a day, Sarnoff, Flem ing, De For est o de los más recientes (e incógnitos) ingenieros japoneses.

En forma paralela, la última década de aquella centuria también marcó el final de la estética moderna y el nacimiento de la estética contemporánea, cuyos métodos de investigación encontraron mayores anclajes científicos que filosóficos.

Por ello no pueden sorprender las objeciones que sufrieron algunos planteamientos estéticos como los fenomenológicos, a los que se acusó de especulativos y metafísicos, y de no asentarse en claros y serios fundamentos de carácter científico.

La discusión aún no está saldada. Como una vieja rémora positivista, todavía existen espacios o conciencias en los cuales la preocupación por las formas simbólicas no compensa el interés por "lo racional". Persiste allí la convicción de que el pensamiento científico es intrínsecamente su pe rior a las otras formas de expresión simbólica, y que los hechos materiales son los únicos aceptables.

De este modo, se expulsa del Olimpo a las ideas, emociones y valores. Aceptar ese desalojo haría imposible el estudio del arte en general y del radiofónico en particular.

El abordaje filosófico de la cuestión estética

Algunos cruzados comprometieron su producción para cambiar la perspectiva. Tal vez uno de los primeros haya sido el filósofo alemán Ernst Cassirer, cuya obra continuó y proyectó luego Susanne Langer. Ambos trabajaron en pos de establecer una base filosófica y científica para la experiencia estética, y plantearon que el conocimiento de la vida sensible constituye el perpetuo atractivo de los símbolos artísticos.

Y dado que el hom bre vive en un mundo simbólico, la actividad de simbolizar no puede concebirse separada de la imaginación y la creatividad humanas.

Más aún, los seres humanos experimentan una intensa necesidad de simbolizar; ése es su recurso para encontrar significados y llenar de sentido su mundo.

Langer creyó oportuno establecer una tipología para la creación simbólica y planteó una distinción entre el *simbolismo discursivo* y el *simbolismo presentacional*.

Se trata de dos formas contrastantes de transmitir un mismo significado. Por ejemplo, en la idea de un hom bre talando un árbol, el *simbolismo discursivo* consiste en la expresión de esa noción mediante palabras u otros tipos de "lenguajes". Se toma nota del significado de cada unidad, se les combina de acuerdo con las reglas sintácticas

aceptadas y se llega a un significado comúnmente compartido: “Jorge cortó un álamo”.

En contraposición, la variante del *simbolismo presentacional* nos permite extraer una idea equivalente a la inicial a partir de una pintura.

Los símbolos pictóricos no producen significado a través de una suma de sus partes, puesto que no *tienen* partes que se puedan discriminar con la necesaria certeza. Se presentan, y deben aprehenderse, como una totalidad; además, funcionan primordialmente a través de matices de significados, connotaciones y sensaciones (el aspecto del leñador, la fuerza de los hachazos, la atmósfera de ese día), más que a través de mensajes claros y traducibles.

La filósofa expuso la posibilidad inédita de analizar los sentimientos, emociones y otros elementos intangibles de la experiencia humana a través del dominio, relativamente público, del análisis de símbolos.

Ya que en su formulación Langer no señaló una definición estricta, resulta difícil identificar con seguridad ejemplos de las dos formas de simbolismo, o tener la certeza de que efectivamente sólo existen esas dos formas. Además, los ejemplos propuestos por Langer no son convincentes.

> *El lenguaje, por sí solo, puede funcionar de un modo discursivo o presentacional (compárese un libro de texto con un poema), en tanto que las ilustraciones pueden asumir distintos ropajes simbólicos (compárese un retrato con un mapa o un diagrama)* (Gardner, 1993:72).

Traslación a la radio

Aunque la filósofa no se planteó el caso de la producción radiofónica, podríamos aceptar que se trata de un lienzo que también debe aprehenderse en su totalidad; pero en el que sí se imprimen partes discernibles con certeza. Son los elementos que componen el discurso de la radio (música, palabras, efectos sonoros, silencios, sobre los que volveremos) y que, al igual que en el caso del simbolismo discursivo, también expresan significados. Con el agregado de que, además de los mensajes concretos, ponen en juego una rica tonalidad de connotaciones y sensaciones.

Si en Langer se percibe la tendencia a otorgar un sentido bastante exacto a las palabras, a las que iguala con la matemática y enfrenta con

la pintura, la escultura y danza, esa pretensión se disuelve en el discurso radiofónico. En ese caldo las palabras continúan identificables, pero adelgaza su referencialidad (que difícilmente resulta excluyente, incluso cuando las aislemos de otra influencia o relación).

Pero la imprecisión semántica no obedece exclusivamente a la inestabilidad provocada por el maridaje con otros elementos. La indeterminación o la ambigüedad de los símbolos lingüísticos se potencia con su enunciación verbal. Nociones trascendentes pueden trivializarse en su versión oral; una expresión pueril es capaz de adquirir sentido profundo al volverse sonora. Lo que en boca de un enunciador es una sugerencia inteligente, en otro puede resultar fatalmente cursi; e incluso en el mismo sujeto en dos momentos distintos. Una misma palabra resuena ocasionalmente con profundidad y dramatismo o con frivolidad y sin garra.

En definitiva, a las expresiones lingüísticas orales también les pasa lo que Langer atribuía a la música: presentan las "formas de los sentimientos", o sea las tensiones, ambigüedades, contrastes y conflictos que afectan nuestra vida sensible, pero que no se prestan a ser descritos con fórmulas lógicas.

Respecto de los elementos identificables de una obra, es particularmente sugerente el planteo que hace el austriaco Ernst Gombrich acerca del bucólico cuadro de John Constable, *Wivenhoe Park*.

Se trata de la placentera duplicación de un parque con árboles, vacas, nubes y un lago con cisnes.

Las par tes de la pintura fluyen suavemente, combinándose una con otra; pues el artista tomó en cuenta las numerosas transformaciones que sufren las formas y el color a la luz de la particular perspectiva, desde la que eligió retratar la escena. Para captar su aspecto en un momento dado, Con sta ble hizo que las identidades convencionales de los diferentes elementos aparecieran menos obvias, más ambiguas.

En cambio, al analizar una versión infantil de la misma pintura, Gombrich sólo descubre un cuidadoso inventario de los componentes de la escena: árboles, casa, vacas, nubes.

El historiador concluye que ese conjunto podría desmontarse como un rompecabezas, cortando las piezas una por una. En la pintura original eso resultaba imposible. Lo impedía la armoniosa y fluida

articulación de los elementos presentes en la escena, integrados por el artista de un modo sólido e indisoluble.

El mismo principio podría extrapolarse al análisis de una pieza radiofónica.

La obra artística será el producto de un ensamble armonioso de sus componentes sonoros (inclusive el silencio), al punto de volver, si no imposible, cuando menos inadecuada la división de las piezas. El todo supera la simple suma de las partes comprometidas y la resta, o el fraccionamiento torna al mensaje incoherente o fastidioso.

Pero, igual que en el lienzo de Constable, esto ocurre cuando esos componentes fluyen cadenciosamente. Las coordenadas del tiempo en las que la producción radiofónica desparrama sus ingredientes constitutivos, se vuelven equivalentes al plano espacial en que el pintor distribuye los elementos de su obra.

En suma, de una audición concebida estéticamente no se puede quitar impunemente un elemento sin que la obra se resienta y lo extrañe, porque todos estarán integrados, se compensarán, justificarán y explicarán mutuamente.

El juego y el arte

Entre las numerosas teorías sobre la estética, una de ellas intenta asimilar el arte al juego; de modo que el arte no sería otra cosa que el juego de los adultos.

Para sustentarse, esta corriente se apoya en conceptos como el gasto de la energía sobrante y el fin en sí mismo, que resultan comunes tanto al arte como a la actividad lúdica.

Aquella expresión de Kant que habló de la belleza como “un libre juego de la imaginación”, tal vez haya actuado como estímulo para sus defensores. Los refutadores, sin embargo, se negaron a colocar en idéntico plano al arte y el juego, con una consideración por demás significativa: el objeto bello, artístico o natural, provoca en nosotros una súbita y misteriosa armonización de nuestra vida espiritual. Capacidad que, obviamente, no estaban dispuestos a concederle al juego.

Los cuestionamientos obedecen a que en el arte se crea un objeto bello permanente, cosa que no sucede en el juego, que se agota sin dejar ningún fruto duradero. ¿Cuánto tiempo necesita una obra para

validarse como bella? Recuerdo una experiencia de intensa belleza (natural): desembarcamos en Bahía Onelli, frente a la ciudad de Calafate, en el sur de la Patagonia argentina; cruzamos a pie un añoso bosque y, de pronto, la vegetación se abrió a un pequeño lago en que flotaban innumerables figuritas de hielo de formas caprichosas. Era un deslumbrante ballet formado con pequeños bloques de hielo que se iban desprendiendo del glaciar Upsala. Obviamente la materia se descomponía bajo la acción del sol y las figuras iban mutando sus siluetas. Y, sin embargo, la fugacidad del objeto no lo eximía de su arrebatadora belleza.

De forma paralela, el arte no se encuentra exclusivamente en la producción de artefactos corpóreos permanentes, como piedras esculpidas o lienzos pintados. También puede existir en un producto tan inasible como una audición radiofónica.

Cuando nuestros antepasados del paleolítico pintaban animales en las cuevas no estaban pretendiendo ser artistas. No obstante, esos toscos dibujos fueron considerados una nueva escuela de arte al ser descubiertos miles de años más tarde. El error fue considerar "arte" a una actividad que no tenía ese propósito. Aquellos esbozos se trazaban sobre la piedra, para cumplir con un rito que garantizara a los cazadores la captura de las piezas representadas.

Para que una obra pueda ser considerada artística debe tener ese propósito. A diferencia de aquellas pinturas rupestres, las obras de arte no se realizan como medios para un fin. Son un fin en sí mismas.

En nuestros días, el calificativo "arte" o "artístico" se sigue aplicando equívocamente a productos con otras pretensiones. La utilización de la expresión

> *… es una bandera colocada en la cima de una colina por los primeros que llegan; pero ello no prueba que la colina esté efectivamente tomada (…) Vivimos en un mundo en el que la mayoría de lo que pasa como arte es diversión* (Collingwood, 1993:16-103).

Un caso canónico es el de los medios de comunicación. Pero eso no determina que algunos de sus productos no sean artísticos. Y en tre esos organismos, la radio está en óptimas condiciones para que sus productos (artefactos incorpóreos y fugaces) expresen emociones, que es la actividad central del arte.

En consecuencia, no puede aceptarse sin más la concepción instrumental que considera a la radio como un simple medio para obtener

fines (educación, adoctrinamiento, inducción al consumo, distracción, etcétera).

Seguramente existen productos–herramienta, pero su manufactura está más cerca de la "artesanía" que del "arte". Una audición de finalidad educativa, de propaganda o de énfasis comercial, también puede ser obra de arte; pero lo que le da ese carácter es otra cosa que la vuelve un artefacto con fines ulteriores.

El análisis de la producción radiofónica, entonces, no puede prescindir de la distinción entre "arte" y "artesanía" o, lo que es lo mismo, aquello que a fi na les del siglo XVIII se dio en llamar las *artes bellas* y las *artes útiles*, respectivamente. Estas últimas se referían a las actividades de artesanos como los carpinteros o los herreros; mientras que *les beaux arts* pasaron a ser patrimonio de músicos, pintores o escultores.

De aquella distinción caída en desuso hoy sólo podemos reconocer la expresión "arte", sin más. La actividad de producción que se desarrolla en la ra dio no tiene por qué encontrar clausurado el acceso a esa dimensión.

La experiencia artística

Resulta absurdo concentrar toda la atención en el contenido y relegar la forma al rango de una cuestión secundaria. El arte consiste en dar forma y sólo ésta convierte un producto en obra de arte. La forma de ésta no es algo accidental, arbitrario o inesencial. Las leyes y las convenciones de la forma son la encarnación, la concreción del dominio del hombre sobre la materia. En ellas se conserva la experiencia transmitida; toda realización encuentra en ellas su seguridad, son el orden necesario al arte y a la vida.

Pero si la obra de arte no es algo corpóreo o perceptible, sino una actividad del artista que expresa sus propias emociones; si no es una actividad de su "cuerpo" o su naturaleza sen si ble, sino una actividad de su conciencia (Collingwood, 1993:257 y 279), mal puede negarse a la radio la posibilidad de albergar obras de arte.

Las experiencias artísticas no se generan de la nada, sino que presuponen una experiencia psíquica o sensual–emocional y son producidas en un nivel intermedio de la experiencia. en tre lo psíquico y lo intelectual que llamamos conciencia. Su origen radica en la naturaleza del hombre como un ser pensante.

> *La experiencia estética es una experiencia imaginativa; no contiene ningún elemento que no sea imaginativo y el único poder que puede generarla es el poder de la conciencia de quien la experimenta* (Collingwood, 1993:284).

Ahora bien, el interés por explorar hoy en la ra dio que la cultura de la imagen ocupa un lugar fun da men tal en la transmisión de perspectivas para interpretar el mundo, puede resultar anacrónico si no se le fundamenta de algún modo.

Algunas voces lo hacen desde la convicción y un acentuado optimismo. Roland Barthes, el semiólogo francés que advirtió que el grano de la voz era la materialidad del cuerpo, señaló también que la nuestra es una civilización de la palabra; a pesar de la invasión de las imágenes. Y Gabriel García Márquez no duda que la entrada de la humanidad al tercer milenio se realizará bajo el imperio de las palabras.

> *No es cierto que la imagen esté desplazándolas ni que pueda extinguirlas. Al contrario, está potenciándolas: nunca hubo en el mundo tantas palabras con tanto alcance, autoridad y albedrío como en la inmensa Ba bel de la vida ac tual. Palabras inventadas, maltratadas o sacralizadas por la prensa, por los libros desechables, por los carteles de publicidad; habladas y cantadas por la ra dio, la televisión, el cine, el teléfono, los altavoces públicos; gritadas a brocha gorda en las paredes de la calle o susurradas al oído en las pen um bras del amor. No: el gran derrotado es el silencio. Las cosas tienen ahora tantos nombres en tantas lenguas que ya no es fácil saber cómo se llaman en ninguna. Los idiomas se dispersan sueltos de madrina, se mezclan y confunden, disparados hacia el destino in eluc ta ble de un lenguaje global*[1].

En un discurso rebosante de sugerencias, el filósofo Emilio Lledó advierte sobre el riesgo de que estas *tempestades visuales* terminen inundando y ahogando la posibilidad de pensar. El catedrático sostiene que las palabras, en cambio, son las que forjan la sustancia del pensamiento y sin ellas las imágenes no tendrían valor. Por eso es más necesario que nunca el cuidado del lenguaje, para poder captar y asimilar imágenes que lo enriquezcan y estimulen. Solamente a través del lenguaje podremos rechazar ese dominio de esperpentos que nos acosa.

> *Un dominio que somete el desarrollo de la mente a un futuro cegado por el chisporroteo de fantasmas, de espectros que lenta mente nos llevan otra vez, al*

---

[1] Conferencia pronunciada en el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, México, 1998.

fondo de aquella caverna de la que, al parecer, hace milenios habíamos logrado escapar (Lledó, 1994:40).

Sin pre tender que la ra dio sea el héroe excluyente en la lucha con tra espectros y fantasmas, su producción artística puede hacernos más gratificante el definitivo ascenso de la cueva histórica.

Para que ello ocurra será menester subrayar los componentes de la ecuación que son indispensables:

- Una radio comprometida con la producción artística.
- Unas palabras comprometidas con idénticos propósitos.
- Una radio dispuesta a fomentar la palabra.

En resumen, los textos sonoros deben concebirse como una amalgama de materiales amasados con la especificidad de lo estético.

Cualquier análisis del discurso radiofónico debe considerar no sólo los contenidos que presenta y el contexto en que se produce, sino también los recursos expresivos que utiliza.

Tal vez la expresividad termine igualándose con belleza. Pero, en todo caso, no hablamos de belleza en términos de lo que algunos cánones consideran "hermosura"; sino de la cualidad de ciertos productos para provocar sentimientos de placer, libres de toda consideración moral o utilitaria.

Porque asumimos que belleza es todo aquello que tiene expresividad característica o individual para la percepción de los sentidos o para la imaginación, supeditado a las condiciones de expresividad general o abstracta en el mismo medio.

La noción de expresividad

Para algunos filósofos, la especificidad de lo estético viene definida por dos criterios: uno es la *expresividad* y el otro la *plenitud.* La expresividad es la utilización de los materiales de un medio de manera vivaz, triste, iracunda o potente. La plenitud consiste en el uso to tal de las potencialidades del medio.

Algo muy parecido podría decirse acerca de la producción radiofónica. Su estética descansa en la "*disposición para*" y la "*capacidad de*" utilizar plena y expresivamente todos los materiales de su discurso, con miras a captar y conservar la atención de los oyentes, impresionarlos emotiva y sensorialmente y proveerles deleite perceptual. Se entiende que ese máximo aprovechamiento de la

potencialidad expresiva sólo puede obtenerse, a través de la adecuación de los materiales y de la obra en su conjunto a las características del medio.

De este modo, la expresividad se vuelve un componente indisociable de la idea de *buena radio*, con el cual resulta factible construir discursos accesibles y capaces de concretizar ideas abstractas.

Ahora bien, ¿cuáles son las "formas" radiofónicas que poseen el atributo de la expresividad?

Para enunciarlo genéricamente, las que poseen el atributo de la multisensorialidad, el registro de los relieves y la virtud de la verosimilitud.

En las próximas páginas intentaremos desarrollar estas características, pero antes conviene ratificar dos aspectos:

- Las formas expresivas tienen como requisito excluyente utilizar la sintaxis adecuada, para mitigar el carácter fugaz de los productos radiofónicos. Esto es particularmente claro en el caso de las palabras que, en vez de las "*formas escritas*", deben asumir las de "*lo hablado*". Incluso cuando se escriban, porque su destino es ser pronunciadas y no leídas.
- Que, obviamente, no basta una sintaxis correcta si el texto carece de vigor, agudeza, vivacidad e intensidad.

Un medio desprovisto

François Truffaut recuerda que, inicialmente, el cine servía para grabar la vida. El realizador francés sostiene que "se convirtió en un arte cuando dejó de ser documental. Se comprendió que no se trataba tanto de reproducir la vida como de intensificarla" (Truffaut, 1995:312).

En algún momento de su vida, la radio invirtió el proceso y concentró sus energías en reproducir esa parcela de la vida que cabe en los márgenes de "lo informativo".

En su reconstrucción histórica de la radio estadounidense, Angel Faus Belau consigna que tras la Segunda Guerra Mundial la aparición de numerosas emisoras lo cales resquebraja el poder hegemónico de las grandes cadenas. Esto significó la ruptura del concepto unitario de la audiencia, que propiciaban las poderosas ra dios de cobertura nacional. Pero esa ruptura también obedeció a la búsqueda del equilibrio

económico, en tre los costos de producción y unas tarifas adecuadas al mercado (más reducido ahora) y a los objetivos de la empresa.

El proceso exigió el sacrificio de

> *… la creatividad, la comunicación y el servicio a la sociedad, por la inclusión de productos más baratos y que no precisen amplios plazos de producción ni equipos humanos culturalmente cualificados y técnicamente especializados* (Faus Belau, 1995:78).

Echar lastre significó eliminar las producciones más complejas –dramatizaciones, adaptaciones, etc.–, que demandaban mayor tiempo de realización y especializaciones diversificadas –guionistas, actores, musicalizadores, especialistas de efectos sonoros, etcétera–. Esto condujo a que en el terreno conceptual la radio quedara vacía y anímicamente acomplejada.

La presencia de la televisión tampoco fue ajena a este fenómeno. Así, a finales de los 50', los diez programas favoritos de la TV de Estados Unidos eran espectáculos de variedades o películas; en tanto que de los diez programas de ra dio predilectos, ocho eran informativos y programas de noticias (Faus Belau, 1995:184).

Que este esquema funcionara no deja de resultar llamativo y hasta contradictorio del análisis que hace el propio Faus Belau, dado que, según el autor español, el fin de la guerra supuso la pérdida de la tensión informativa. "La paz es la distensión informativa, el volver la vista hacia los asuntos de casa, redescubrir el propio entorno" (Faus Belau, 1995:76).

Pero, a pesar de su ventaja informativa sobre la TV (8 a 1), ésta superaba a la radio en una esfera: la del espectáculo.

Ser, poder ser y deber ser

Conviene ser precisos: la ra dio redujo su oferta de espectáculo, pero no perdió su *capacidad de espectáculo*. Los elementos siguen ahí, disponibles, constituyendo una materia que el productor debe alterar, de forma temporal o permanente, para que la comunicación sea posible. "La materia deviene substancia expresiva precisamente cuando ha sido conformada para servir a la comunicación" (Serrano, 1981:11).

En radio esa substancia expresiva es un conjunto de señales acústicas traducidas a señales eléctricas (fase de emisión) y viceversa (fase de recepción). Esas señales portan una totalidad significante

(contenidos + formas), que se define como discurso radiofónico y se apoya exclusivamente en elementos sensoriales de carácter auditivo, distribuidos en tre las diferentes se ries informacionales con las que cobra forma el discurso de la radio.

Consignemos qué entendemos por *series informacionales*: son los procesos empíricos de transmisión de signos que obedecen a un código y que se construyen sobre cada una de las materias significantes. La radio considera las series informacionales de tipo *lingüístico, para–lingüístico y no–lingüístico*. El primero se basa en palabras; la para–lingüística lo hace en sonidos, unos codificados (ambientación, puertas, timbres, señales horarias) y otros no codificados (el "gong" que separa par tes de un programa, etc.); la serie no–lingüística incluye la música (que en ocasiones cumple funciones para–lingüísticas), el ruido (que generalmente constituye un dato relevante debido a que puede estar provocado por desajustes técnicos de emisión, transmisión o recepción, pero en ocasiones puede responder a interferencias premeditadas) y el silencio.

Planteado de otro modo, el discurso de la radio se integra por componentes **verbales** y **no verbales.** Es decir, por elementos lingüísticos o sonidos fonéticos objetivamente organizados (las palabras), sonidos objetivos periódicamente organizados (música), sonidos del entorno específicos de objetos y acontecimientos (efectos sonoros), y lapsos sin señal vibratoria, fragmentos temporales insonoros que resultan valorables en sí mismos como elementos activos de una secuencia tem po ral de carácter significativo (silencios).

Estos cuatro componentes, capaces de ampliar su resonancia mediante la combinación, nos permiten extraer información si tenemos adecuadamente armonizados y en con tinua acomodación los esquemas que pueden aceptar dicha información. No hay más secretos. Pero incluso cuando se trate de algo tan sim ple de expresar, en los hechos la producción radiofónica sigue mostrando las antipáticas distancias entre el *ser*, el *poder ser* y el *deber ser* que le imponen sus ataduras a estructuras discursivas de baja expresividad.

La consecuencia es una propuesta que no suscita deleite ni fruición estética entre su público.

La desvitalización expresiva

Tal vez el empobrecimiento espiritual y cultural de los hombres y de sus relaciones resulte producto del debilitamiento de su lenguaje. O, quizás, esta desvitalización expresiva sea la consecuencia de aquella declinación.

Ya algo se perfilaba cuando los poetas del hippismo aseguraban que el mejor poema era "una página de papel en blanco". La generación del beat estaba expresando una patética desconfianza en la palabra.

> *Se nos enseña que cuando más específicas y limitadas sean las palabras, con mayor precisión hablaremos. Sí, con mayor precisión, pero no con mayor veracidad. Porque, bajo este punto de vista, tendemos a hacer nuestro lenguaje cada vez más técnico, más im per sonal, más objetivo, hasta el punto de hablar en términos puramente científicos* (VV.AA, 1976:57-8).

Probablemente los alcances de semejante reducción queden más claros si comenzamos a advertir que lo que está en riesgo de empobrecimiento no es únicamente nuestro lenguaje, sino nuestra facultad de expresión lógica y capacidad de *sentir* el mundo.

Por otra parte, aunque resulte paradójico, una de las razones fundamentales para la desvitalización de la expresividad es el exceso de palabras, la verborragia incapaz de comprender las ventajas de la plenitud.

Rudolf Arnheim, quien dedicó su vida a la comprensión del arte, alcanzó una aguda conciencia de las ventajas y desventajas de los modos lingüísticos y no lingüísticos de comunicación.

El autor alemán aportó

> *… un correctivo necesario al abuso acrítico y a la frecuente aplicación errónea de las explicaciones lingüísticas en nuestro sistema educativo. Sin discutir el rol esencialmente comunicativo del lenguaje, ni su propiedad para transmitir ciertos temas, Arnheim cuestiona la difundida creencia de que el lenguaje constituye el medio más idóneo de presentar todo tipo de información y de captar toda la gama de los procesos del pensamiento. Demuestra que los procesos mentales se apoyan mucho en el efectivo funcionamiento de nuestras modalidades sensoriales y en el rol de los sistemas simbólicos no lingüísticos* (Gardner, 1993:248).

Cuando se trata de la música, el principio de plenitud tiende a propiciar una utilización integral de sus capacidades comunicativas, gramaticales, sintácticas, expresivas, descriptivas, de contraste, subrayado, etc. a través de distintos modos de inserción (como cortina en seco o telón sonoro de elementos lingüísticos; con una duración

breve o más extensa; ingresando y saliendo progresivamente o por corte; combinada con otros materiales o no; etcétera).

Plenitud y expresividad verbal

En el ámbito de los materiales lingüísticos objetivamente organizados, las producciones radiofónicas expresivas pueden utilizar una serie de recursos como humor, ironía, antítesis o paradoja. Las figuras sintácticas, el paralelismo, algunas estructuras repetitivas también son modos de alimentar la expresividad, al igual que la intertextualidad; que remite a otras voces a fin de potenciar la propia. El aporte de Daniel Prieto Castillo nos permite elaborar una amplia tabla de estos recursos:

Universalización: Un juicio que se generaliza a todos los miembros de un grupo, un sexo, una etnia, una nacionalidad. Las formas más usuales son “todos”, “ninguno” o bien “el hombre”, “la mujer”, “el niño”.

Generalización: A partir de un caso, se sacan conclusiones que se pretenden generales a todos los casos similares. De una experiencia negativa con un abogado, por ejemplo, se concluye que todos los abogados son malos.

Tópicos: Lugares comunes, mejor, lugares sociales. Los hay de amor, del trabajo, la amistad, belleza, honradez, fidelidad y se les expresa mediante enunciados conocidos por todos en una determinada sociedad o grupo. Un ejemplo: los refranes.

Personalización: El discurso se dirige explícitamente a alguien; para ello se emplea la segunda persona o se apela a un nombre. En caso de que el emisor se involucre con los destinatarios estamos en un juego de personalización por inclusión.

Despersonalización: Se dice algo como si fuera una ley universal, una expresión con valor en sí mismo. Las formas privilegiadas son la impersonal “se” y las construcciones con el verbo haber.

Redundancia: Son reiterados temas mediante otras palabras, a fin de insistir en algo. En el lenguaje coloquial la redundancia tiene una enorme presencia. Lo mismo puede decirse para el lenguaje propio del medio radio.

Comparación: Consiste en relacionar dos elementos para atribuir a uno las características del otro. El nexo más usado por este recurso es la expresión “como”.

Metáfora: Se parte originalmente de una comparación, pero sintetizada. No aparece aquí el nexo y el elemento con que se comparaba se vuelve uno con el sujeto.

Sinécdoque: Se alude a algo a través de una parte, de un detalle. En lugar de describir a una per sona que huye, se habla, por ejemplo, de que "no le daban los pies para correr".

Hipérbole: Exageración verbal. Se exagera por acumulación de adjetivos, por uso de aumentativos, por agrandamiento de un suceso.

Sentido de oportunidad: Du rante un discurso se introducen palabras que cambian el sentido de lo que se está diciendo. El retruécano, un apodo, la inclusión de un dicho popular, son ejemplos de este recurso (Prieto Castillo, 1988:91 y ss.).

Además, la expresividad de una producción no puede perder de vista un aspecto tan importante como el equilibrio, en tre la originalidad que demandan las formas y la redundancia que exigen los contenidos.

Por otra parte, incorporar los detalles no sólo puede generar más ideas que las surgidas de las nociones generales, sino constituir un recurso para volver más atractivas las descripciones o retratos.

La decisión y la oportunidad de la inclusión de estos recursos también guardan relación con el perfil del público destinatario. Resulta lógico suponer que el discurso que recurre a las figuras expresivas, dirigidas a revestirse de carácter popular o a nutrir su capacidad de concretizar ideas abstractas, está considerando de antemano los aspectos distintivos de su audiencia. Basta pensar en los recursos a que debería echarse mano, a fin de transmitir una noción abstracta como la solidaridad a un niño de cinco años.

La radio: un medio multisensorial

Desde su dimensión exclusivamente sonora, la ra dio debe conformarse en un medio de carácter multisensorial. La estimulación acústica está en condiciones de facilitárselo, mediante sus amplias facultades evocadoras y creadoras.

La enorme competencia de las imágenes sonoras tiene la capacidad de poner en marcha procesos sinestésicos, consistentes en la unión de dos imágenes que pertenecen a diferentes mundos sensoriales. Se trata de una experiencia en la que la estimulación de un sentido provoca una

percepción que, de ordinario, sería producida cuando se estimulase otro sentido; como cuando un ruido atronador se percibe como una luz cegadora o cuando se alude a un "rojo estrepitoso", conjugando en la misma expresión un sustantivo de resonancia visual y un adjetivo que remite a lo auditivo. — «Pueden, por tanto, mirar e, inversamente, la mirada puede oír, escuchar, probar»"[2] (Gennari, 1997:39).

Por eso sostenemos que la imagen es mucho más que aquello que capta la mirada y prevenimos sobre las consecuencias que supone el reduccionismo.

Una producción expresiva respetará el *principio de visibilidad* y hará los mayores esfuerzos por "mostrar" sujetos y objetos a la imaginación del oyente. Pero mientras se afana por embriagar la vista con paisajes oníricos, también procura satisfacer el olfato con fragancias exquisitas o complacer el gusto con sabores voluptuosos. El soporte sonoro necesita asumir el desafío de trasladar a las yemas del oyente las sensaciones táctiles del personaje, que recorre minuciosamente la suave geografía de una muchacha de piel sedosa. Para que el texto se torne expresivo, aquel pa tio sevillano que contaba Machado debe llegarnos con los efluvios de los naranjos florecidos.

Los relatos radiofónicos tienen que suscitar estímulos tan variados como los que Joyce procuraba transmitirle a sus lectores en algún pasaje del "Ulises", como este:

> *Leopold Bloom comía con deleite los órganos interiores de bestias y aves. Le gustaba la sopa espesa de menudillos, las mollejas de sabor a nuez, el corazón relleno asado, tajadas de hígado rebozadas con migas de corteza, huevas de bacalao fritas. Sobre todo le gustaban los riñones de cordero a la parrilla, que daban a su paladar un sutil sabor de orina levemente olorosa.*

Esta exuberancia fortalecerá los tejidos discursivos de la radio y gratificará a los oyentes con una expresividad briosa, potente y llena de *sentidos*; capaz de intensificar la vida y, con ello, volverse arte.

---

[2] La cita de Roland Barthes corresponde a *"Lo obvio y lo obtuso"*, 2ª ed. Barcelona, Paidós, 1992:302/3.

Relieves, dinámica y verosimilitud

Felizmente el mundo no es plano. Se animaron a descubrirlo aquellos presos metidos a marineros que, venciendo miedos viscerales, anclaron sus precarias carabelas frente a las costas de América.

Pero en este contexto no aludimos a la cuasi redondez de la Tierra, sino a la vida, que discurre en múltiples planos; permitiéndonos apreciar la perspectiva y ponderar las distancias entre las cosas. Sin este recurso sería imposible comprender al mundo y nos volveríamos locos.

Cualquier ensayo de producción radiofónica expresiva debe considerar el criterio de *comprensión de los re lieves*, con la más aguda conciencia de que en el universo de la ra dio la referencia sólo puede ser sonora. De este modo, el sonido no es únicamente la prolongación de un cuerpo que no vemos; también nos ilustra acerca de *dónde* se encuentra. Incluso puede describir a ese cuerpo y a su entorno. Basta pensar en las distintas resonancias de un ambiente in te rior frente a otro exterior; las diferencias entre el sonido de una máquina de escribir dentro de una pequeña oficina de madera o en una enorme sala de ladrillos y paredes desnudas; el esfuerzo de proyección de la voz de un personaje que se encuentra a distancia de otro.

Por otra parte, una producción radiofónica expresiva examinará los sujetos y los objetos involucrados a la luz de un criterio *cinemático*, en virtud del cual registrará sus movimientos. En consecuencia, se tratará de un texto sonoro provisto de vitalidad y dinamismo que contrastará nítidamente con una obra *estática* que ignora los desplazamientos. La sirena de una patrulla policial *no puede* sonar siempre en el mismo plano (sitio), a menos que viajemos a bordo del vehículo; un personaje que habla mientras retira ropas de una maleta y las traslada a un mueble modifica su posición a cada paso y su in ter loc u tor (cuyo punto de vista *es* el del oyente) percibe las variaciones de intensidad.

La suma de estos criterios produce sensación de credibilidad y ya desde Aristóteles sabemos que *vale más elegir cosas naturalmente imposibles, con tal que parezcan verosímiles, que no las posibles, si parecen increíbles.*

Como recurso expresivo la verosimilitud crea condiciones propicias para la identificación con situaciones y escenarios dados, y

favorece una sensación de naturalidad y confianza para sumergirse en el texto y dejar que nos inunde.

Conclusión

El arte, entonces, comienza a configurarse cuando una obra se plantea el definitivo propósito de expresar emociones. Esta concepción artística posee un campo sumamente fértil en la radio.

La clave para comprender la función del arte radiofónico consiste precisamente en purificar las emociones, en vencer el ter ror y la piedad, de modo que el oyente,

> *… identificado con Orestes o Edipo, se libere de esta identificación y se eleve por encima del destino ciego. Las ataduras de la vida son rotas temporalmente, porque el arte 'cautiva' de manera muy distinta a como cautiva la realidad; y en esta agradable cautividad tem po ral radica, precisamente, la característica del 'entretenimiento', del placer que encontramos incluso en las tragedias*(Fischer, 1978:8).

En todo caso, si la respuesta se convirtiera en obsesión inevitable, pudiera contentarnos la declaración de que el arte es la vía idónea para hacer posible nuestra capacidad social; el modo de expandirnos; un recurso para fundirnos con el todo. Y, claro está, una forma de gratificar nuestros sentidos y emociones que no necesita de ninguna justificación ulterior. Porque, como decía Boileau y sabe cualquier comunicador radiofónico, "la regla de las reglas es gustar".

rmhaye@arnet.com.ar

Recepción: 11de mayo del 2000

Aceptación: 3 de noviembre del 2000

Bibliografía

Arnheim, Rudolph (1980), *Estética radiofónica*, Bar ce lona: Ed i to rial Gustavo Gili, S.A.

Collingwood, R. G. (1993), *Los principios del arte*, México: Fondo de Cultura Económica.

Faus Belau, Angel (1995), *La era audiovisual*, Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.

Fischer, Ernst (1978), *La necesidad del arte,* Bar ce lona: Ediciones Península.

Gardner, Howard (1993), *Arte, mente y cerebro*, Bar ce lona: Ed i to rial Paidós.

La educación estética, Bar ce lona: Ed i to rial Paidós.

Lledó, Emilio (1994), *Palabras e imágenes*, Barcelona: Centre d' Investigació de la Comunicació.

Prieto Castillo, Dan iel (1988), *Análisis de mensajes*, Quito, Ec ua dor: CIESPAL.

Serrano, Manuel Martín *et al.* (1981), *Epistemología de la comunicación y análisis de la referencia*, Ma drid: A.C. Ed i tor.

Truffaut, F. (1995), *El cine según Hitch cock*, Ma drid: Alianza Ed i to rial.

VV.AA. (1976), *Epistemología de la comunicación*, Va len cia: Fernando Torres Ed i tor.